

Metodo di calcolo

metodo del prezzo: un metodo basato sul costo, è quello di aggiungere valore del prodotto, un margine di profitto, senza tener conto di aspetti importanti come l'indennità di quereporta dell'acquirente e sono disposti a pagare per questo **concorso. Metodo basato sulla** : Questo è fissato tenendo conto del comportamento della concorrenza, piuttosto che costi. Può variare a seconda della posizione per mantenere l'impresa sul mercato. Se la società è determinato dal livello dei prezzi e le altre società fissare i prezzi in relazione al **leader**:. **Metodo basato sulla domanda** quando la domanda è alta il prezzo tende a salire e invertire questa tendenza al ribasso **strategia di prezzo. : strategie differenziale**: cercando di vendere lo stesso prodotto a prezzi diversi. In breve, questa è una discriminazione di prezzo. Il prezzo da applicare dipenderà dal livello di reddito, socio-culturale, demografico o appartenenti a una particolare fascia di età. Condizioni che devono essere effettuate discriminazione di prezzo. "Tale prezzo discriminazione che questo permesso dalla legge, ci segmenti di mercato con esigenze diverse, che l'applicazione di prezzi diversi non si traduca in attrito con i clienti, quando il calo dei prezzi non causa reazioni al concorso. **In occasione del lancio di nuovi prodotti**, strategia di scrematura essa orienti questi prodotti a quei clienti che sono meno sensibili al fattore prezzo ed è considerato la crema del mercato. Si inizia fissando prezzi elevati, con questo obiettivo che il prodotto è considerato una buona reputazione ed elitario:. Penetrazione comporta la definizione di un prezzo basso per il lancio del prodotto. L'obiettivo perseguito in questi casi l'azienda è rapidamente raggiungere un mercato di gran parte e aumentare il volume delle vendite. **Seconda della qualità**, il prezzo del prodotto può variare in relazione alla qualità di questi, in una strategia Il prezzo è assolutamente necessario che la qualità e il prezzo concordato risultati, rafforzando l'immagine del prezzo sulla qualità del **prodotto**:. **Answers prezzo diminuisce** quando i concorrenti ridurre i prezzi in relazione alla società questo richiederà un certo alternative: a) mantenere il prezzo del prodotto, se la concorrenza non riesce ad abbassare il volume delle vendite. b) migliorare la qualità del prodotto percepito dal cliente c) di ridurre il prezzo del prodotto d) lanciando una nuova linea di prodotti a basso prezzo.